

Uniwersytet Gdański

Spotkanie akademickie: **19 marca 2022 r. (sobota), godz. 10:00 ÷ 15:30**

Dla uczniów z przedmiotu: **JĘZYK POLSKI (kompetencje społeczne)**

Poziom: **podstawowy**

Temat: O RÓŻNYCH FORMACH PERSWAZJI W KULTURZE WSPÓŁCZESNEJ I DAWNEJ

Opis spotkania:

Zajęcia poświęcone będą perswazji – pojęciu, które jest dobrze ugruntowane w potocznej świadomości współczesnego człowieka jako świadome działanie komunikacyjne zorientowane na osiągnięcie strategicznego celu, czyli wywarcie wpływu na odbiorcę po to, by zmienić lub zmodyfikować jego dotychczasowy stan przekonań. Perswazja silnie kojarzy się z reklamą, która będzie stanowiła punkt wyjścia do naszych rozważań. Na przykładzie dawnych i współczesnych komunikatów reklamowych zastanowimy się, jak działają mechanizmy perswazyjne, dlaczego dajemy się uwieść różnym przekazom reklamowym – tym wywołującym najgłębsze emocje, ale także tym śmiesznie niemądrym albo intrygująco banalnym.

Następnie postaramy się odnaleźć te mechanizmy w przekazach, które w bezrefleksyjnym odczycie mogą wydawać się pozbawione znamion nakłaniania do jakichś działań lub przekonań. Przyjrzymy się na przykład: nagłówkom prasowym, okładkom powieści, opakowaniom produktów żywnościowych i kosmetycznych, filmom z TikToka czy postom na Facebooku.

Postaramy się też prześledzić historię form tanecznych – omówimy wybrane przykłady z dziejów teatru i widowisk. W kulturze europejskiej zwyczaj przekazywania danych idei poprzez choreografię ma długą tradycję – wystarczy wspomnieć średniowieczne procesje, czy renesansowe ceremonie dworskie połączone z muzyką i tańcem właśnie (za czasów Ludwika XIV balet stał się nawet swoistym narzędziem wychowania i sposobem budzenia wśród poddanych szacunku dla potęgi państwa). Jakim językiem przemawia do nas taniec? Czy może być „produktem reklamowym”?

Podczas spotkania udowodnimy, że perswazja może przybierać różne formy, a formuły objaśniające jej fenomen dają nieskończenie wiele możliwości ich realizacji.